运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

3rd 运营深度精选

运营深度精选

3rd 周年聚会 广州站

议题|负增长趋势下新探索 ⟶

2019.12.28 08:00-17:20

琶醒啤酒文化创意艺术区-B区



VISIT…

LANZAROTE Caliente.COM

扫码免费领取资料



房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等......

扫码加微信lax988988领取资料



==

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信

联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练
32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解

更多精品等你来解锁哦............

运营深度精选
Operational Depth Selection
泛玩社 MORE FUN SOCIETY



《微信生态的运营规律》

— 分享人：鉴锋 —



零一裂变：微信生态的用户裂变增长服务商”，为企业搭建微信生态的用户增长模型





运营深度精选
Operational Depth Selection





“数据”洞察/驱动用户

“人性”洞察/驱动用户



累计合作了：宝洁、腾讯、华为荣耀、华润、太平保险、京东金融等200+企业。

知识付费行业

网易云课堂

- 3天裂变10万+用户
- 知识付费行业首个营销爆款案例
- 开创知识付费分销元年

金融行业

京东金融 JD Finance

- 小程序2小时裂变裂变百万PV
- App下获客低成本至10元
- 探索金融类产品下沉渠道获客新方式

保险行业

中国太平 CHINA TAIPING

- 小程序1个月裂变60万用户
- 获客成本低至3毛
- 实现低成本、高效获得用户销售线索

3C行业

荣耀 honor

- 小程序1周裂变30万用户
- 为公众号导流20万+用户
- 赋能线下卖场&活动，搭建O2O转化模型

传媒行业

三联生活周刊

- 2天裂变10万+用户
- 成为年度营销爆款案例
- 成功从传统媒体转型知识付费行业

社交电商行业

try

- 小程序2个月裂变1千万用户
- 打造电商行业低成本增长模型
- 助力trytry成功融资2亿元





运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

历史不断在“重演的规律”









什么是“裂变”？



“金钱”诱饵+市场投放=拉新


中国联通
下午1:16
京东金融
京东金融 JD Finance
领5元小金库红包
京东金融新用户专享
请输入手机号码
立即领取
1.请使用参与活动的手机号登录京东金融APP，登陆后权益自动到账；
2.活动时间：长期有效；


中国联通
下午1:17
京东金融 | 会赚钱 懂生活
若无法打开京东金融
请选右上角 Safari 中打开
京东金融
会赚钱 懂生活的人都在这里
立即下载
钱的事 京东金融很行


渠道广告展示：花钱买流量
点击进入H5
输入手机号领取奖励
立即下载
注册实名绑卡
裂
变

“金钱”诱饵+二级分销+实时反馈系统=裂变拉新









每一个活动页面都是一场计算精密的战役

京东金融-红包项目排期表

项目阶段	序号	事项	week1					week2					week3					week4					week5					week6				
			一	二	三	四	五	一	二	三	四	五	一	二	三	四	五	一	二	三	四	五	一	二	三	四	五	一	二	三	四	五
确定方案	1	项目需求澄清与确定目标																														
	2	裂变方案思路沟通																														
	3	裂变方案流程细化																														
	4	方案评审与确定																														
原型设计	1	页面原型初稿/评审/定稿																														
	2	UI设计初稿/评审/定稿																														
	3	技术开发需求																														
内容素材	1	活动规则																														
	2	模板消息文案																														
	3	按钮/海报文案																														
	4	分享链接文案/话术																														
	5	客服FAQ																														
规则设计/金额策略	1	获客成本预估模型																														
	2	多类型红包金额策略																														
开发测试	1	前端开发																														
	2	后端开发																														
	3	数据后台与埋点统计																														
	4	防封机制																														
	5	功能测试与调整																														
	6	内测上线																														
推广传播	1	渠道推广																														
	2	数据记录与分析																														
	3	活动迭代调整																														
项目阶段性复盘	1	流程/数据/问题																														

一场活动，我们只有一个目的！




京东金融 年终奖红包
恭喜你获得
现金红包翻倍卡
¥1.23
x 5 4
"我的昵称很长…"4秒前翻了18倍
登录京东账号，立即翻1~99倍
现金可提现
现金红包由 京东金融 提供


每日可领 上不封顶
放弃授权你将会失去
年终奖现金红包
"我的昵称很长…"已领取了13.8元
授权开红包
现金红包由 京东金融 提供


钱多多
最***b在5秒前
已领16.77元现金
恭喜你累计获得
+0.02
可提现
¥14.53
立即提现
给新用户发红包，最高得10元 >>

奖励从大到小or从小到大，不断寻找最优解！

首次内测-红包金额		
【目标】：用于内测小范围推广，主要控制获客成本在目标金额左右，并为之后的模型修正提供数据参考 【操作】：少量渠道推广，留意数据后台		
事项	新用户数值（元）	老用户数值（元）
首次开红包	6.88	0.28
拉新邀请红包（1级好友）	3	0.1
拉新邀请红包（2级好友）	1	0.05
挂奖金额上限	200	200

获客成本较低-红包金额		
【目标】：可降低较高的获客成本 【操作】：1.降低新/老用户开红包金额；2.降低邀请新/老用户奖励，按钮文案修改		
事项	转换数值（元）	转换数值（元）
首次开红包	3.28	0.08
拉新邀请红包（1级好友）	1	0.1
拉新邀请红包（2级好友）	0.5	0.05
挂奖金额上限	200	200

获客成本较高-红包金额		
【目标】：调整各部分的红包金额，并增加裂变传播能力 【操作】：调整老用户首开红包，邀请奖励		
事项	转换数值（元）	转换数值（元）
首次开红包	9.88	1.08
拉新邀请红包（1级好友）	3	0.5
拉新邀请红包（2级好友）	1	0.25
挂奖金额上限	200	200

10万+8万				
5.28元/0.68元版+3.28元/0.18元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
80000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+20万				
5.28元/0.68元版+3.28元/0.18元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
200000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+30万				
5.28元/0.68元版+3.28元/0.18元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
300000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

18万UV被封，获客成本预估				
5.28元/0.58元版+3.28元/0.18元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
80000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+20万				
5.28元/0.58元版+3.28元/0.18元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
200000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+30万				
5.28元/0.58元版+3.28元/0.18元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
300000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+8万				
5.28元/0.68元版+3.28元/0.08元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
80000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+20万				
5.28元/0.68元版+3.28元/0.08元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
200000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+20万				
5.28元/0.68元版+3.28元/0.08元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
300000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+8万				
5.28元/0.58元版+3.28元/0.08元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
80000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+20万				
5.28元/0.58元版+3.28元/0.08元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
200000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

10万+20万				
5.28元/0.58元版+3.28元/0.08元				
导入UV	登录用户数	实发	下载	获客成本
100000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
300000	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
		[illegible]	[illegible]	[illegible]

风控：数不清得坑

- 传播素材（链接或海报）被屏蔽
- 活动页面短时间访问量过多，无法正常打开
- 专业机刷羊毛党
- 活动账户金额消耗完，用户无法正常提现
- 客诉风险
- 纯红包类型的活动易被封

- H5无法推送消息触达用户
- 有实时查看的数据后台和修改后台
- 增加挂奖机制可有效控制获客成本
- 使用第三方工具节省开发时间
- 邀请功能多测试，图片预加载



每一个活动页面的数据都是乘法效应

90 x 90 x 90 x 90 x 90 = 5904900000

90 x 30 x 10 x 20 x 10 = 5400000

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

“裂变”不只在“活动运营”的一个环节，应该贯穿整个用户生命周期

社群运营	用户运营	活动运营	数据运营	产品运营	新媒体运营
人群定位	客服人设	文案	AB测试	需求反馈	文章
话题设置	用户调研	海报	渠道标记	召回	标题党
群员结构	分层运营	红包	访问深度	签到活跃	打开率
用户粘性	可触达率	测试	停留时长	留存率	涨粉
付费转化率	7×24小时在线	**裂变**	跳出率		转发率


运营深度精选
Operational Depth Selection





举个栗子



用户裂变路径——案例“趣拍卖”

产品设计：小白视角+路径单一

引爆方法：kol + 圈层效应











产品细节:小白视角+共情心理

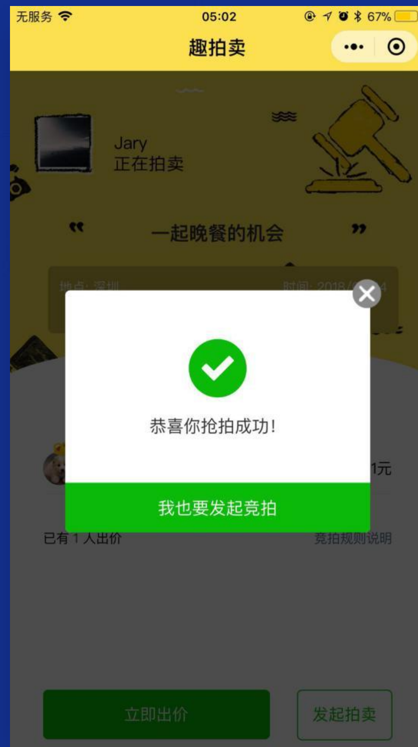


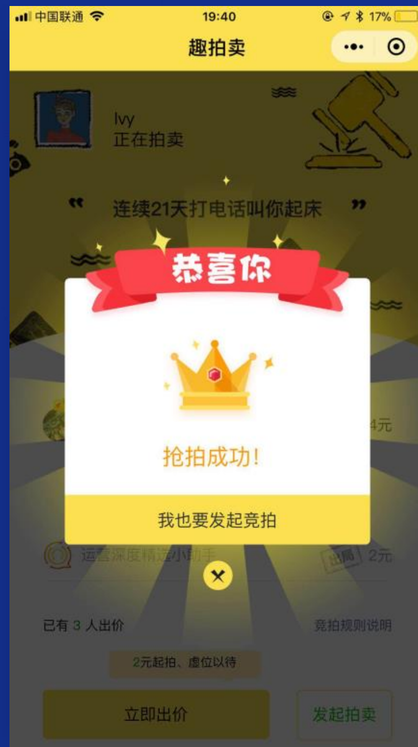




产品细节:小白视角+共情心理

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY





产品细节:小白视角+共情心理





“用户新鲜感”决定“裂变玩法”需要不断微创新

- 单级/多级红包
- 分销
- 养成类
- 玩法叠加
- 助力解锁
- 任务宝
- 群裂变
- 游戏答题
- 赠一得一
- 美文视频
- 排行榜
- 砍价拼团
- 多级拼团
- 返现
- 测试
- 瓜分奖金池
- 打卡
- 一元解锁
- 信任背书
- 虚拟货币
- ……



所有“术”都终将走向消亡
只有不断微创新,才能抵抗衰退期

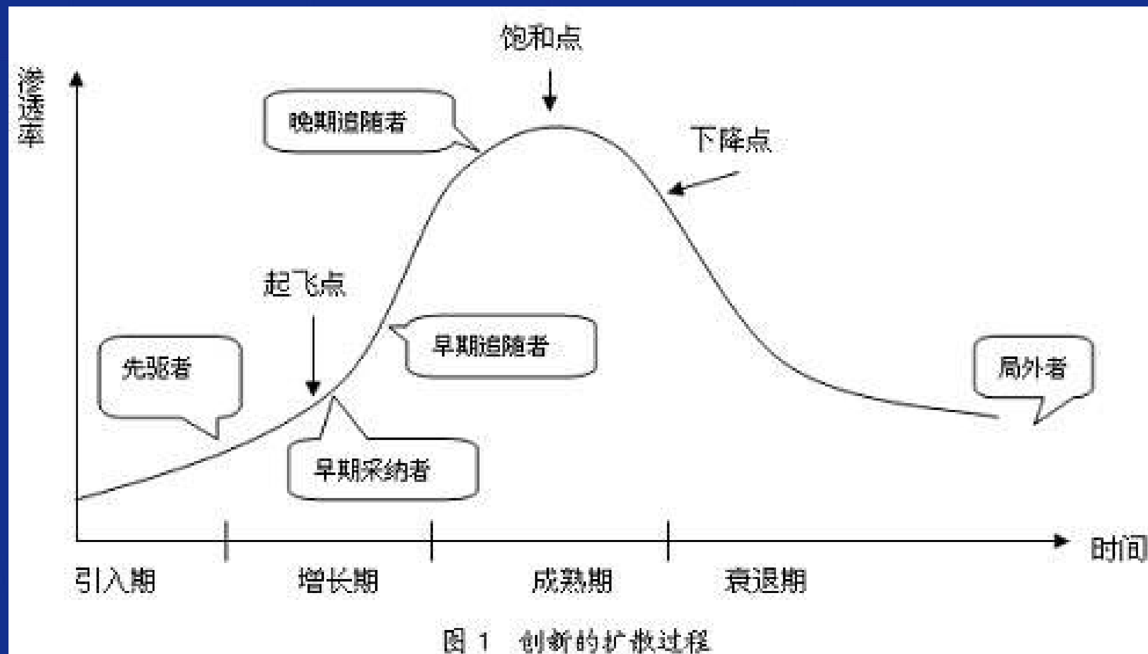


图 1 创新的扩散过程



“运营”的五层竞争力

表现层：任务宝、群裂变、养成、红包、测试等

个人号 | 微信群 | 公众号 | 小程序

微信生态的传播规律 | 抖音 | 快手 | 微博 | 知乎 | …

平台不断迁移：人性永不变

商业的竞争：团队“总认知+价值观”的竞争



一、用户路径、UI细节、实时反馈系统



产品字体大小为几号，
用户点击率能更高？

字体大小

表现层

更多

…

售价高低

售价39和69元，
分别对付费率和分享率的影响曲线是什么？

按钮颜色

绿色更容易被点击，
还是红色更容易被点击？





“运营”的五层竞争力

表现层：任务宝、群裂变、养成、红包、测试等								
个人号	微信群	公众号	小程序					
微信生态的传播规律				抖音	快手	微博	知乎	…
平台不断迁移：人性永不变								
商业的竞争：团队“总认知+价值观”的竞争								



不同的中心化平台有各自的流量分发规律







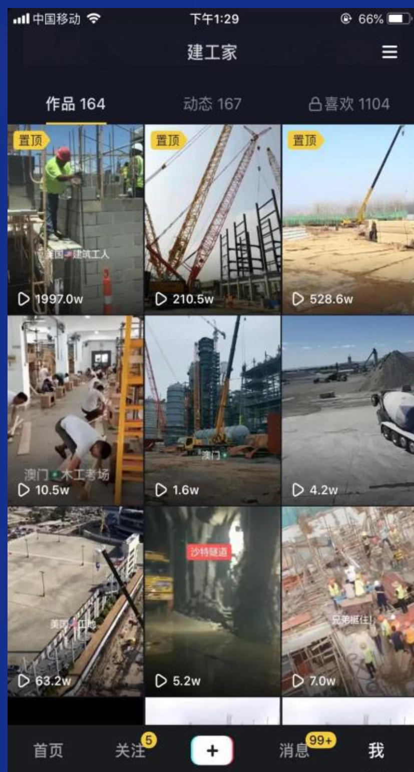


“中心化平台获取种子用户”

微信圈层效应精准裂变

百度/抖音/今日头条/知乎

用“精准内容”获得中心化流量平台分发的流量









线下社交关系链映射在线上微信：

通过个人号+微信群“圈层效应”设计裂变











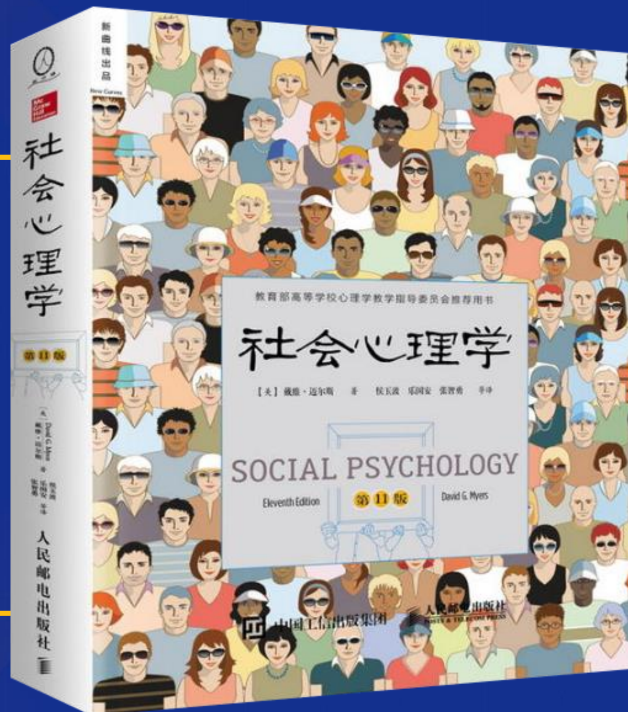




“运营”的五层竞争力

各种运营玩法：任务宝、群裂变、养成、红包、测试等								
个人号	微信群	公众号	小程序					
微信生态的传播规律				抖音	快手	微博	知乎	…
平台不断迁移：人性永不变								
商业的竞争：团队“总认知+价值观”的竞争								





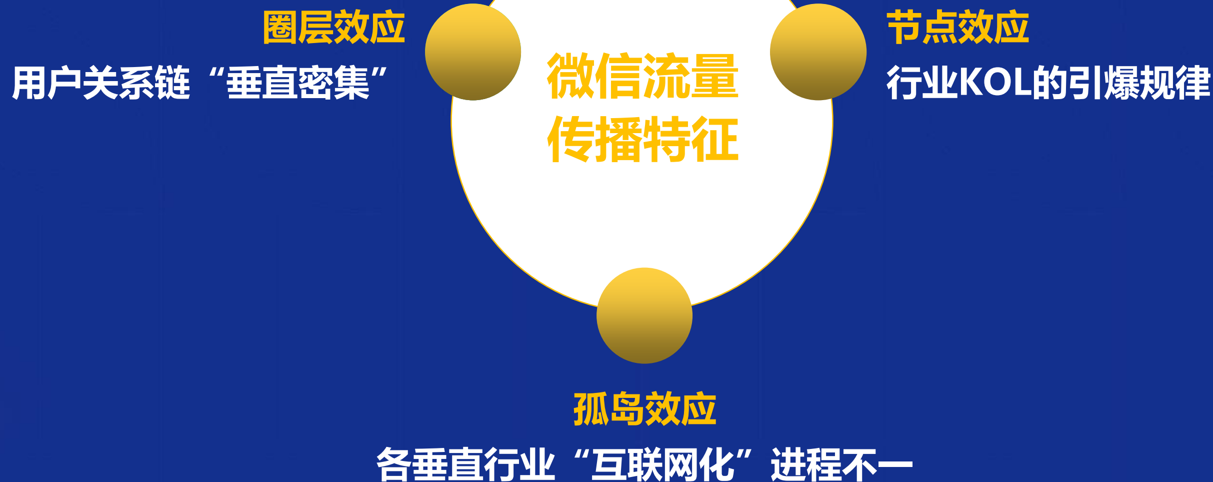
"心理学"是运营的"底层规律"

——《社会心理学》

微信生态的三个传播规律

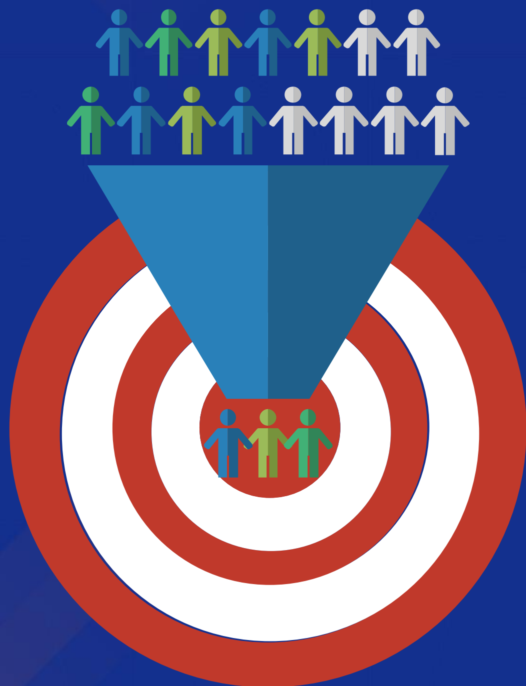

运营深度精选
Operational Depth Selection

泛玩社 MORE FUN SOCIETY

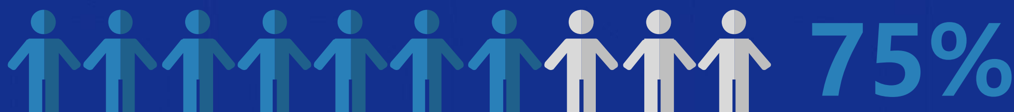


微信流量传播特征
圈层效应
用户关系链“垂直密集”
节点效应
行业KOL的引爆规律
孤岛效应
各垂直行业“互联网化”进程不一



圈层效应：用户关系链“垂直密集”



相同的行业圈层



75%

相同的地域圈层



85%

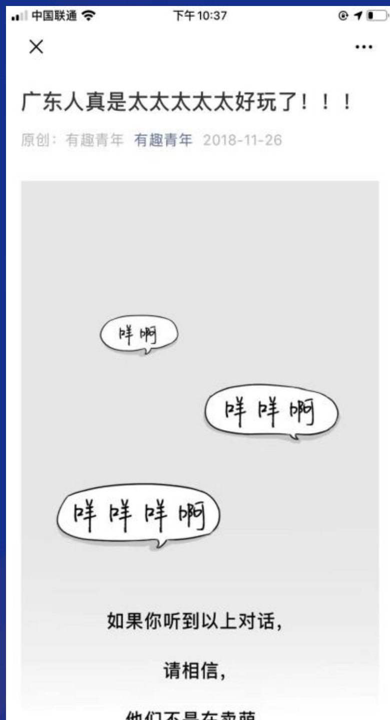
相同的社交圈层



95%

相同的地域圈层

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY





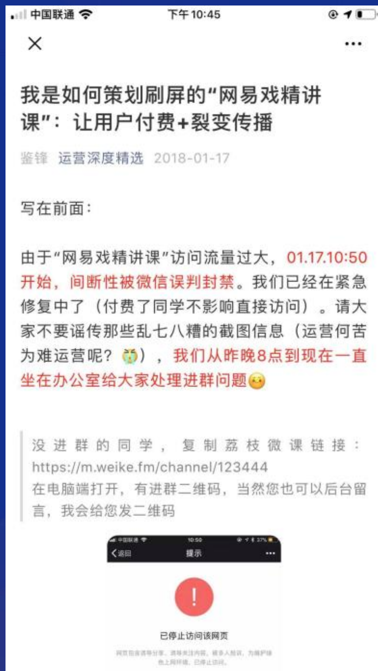





运营深度精选
Operational Depth Selection


泛玩社 MORE FUN SOCIETY

相同的行业圈层



我是如何策划刷屏的"网易戏精讲课"：让用户付费+裂变传播

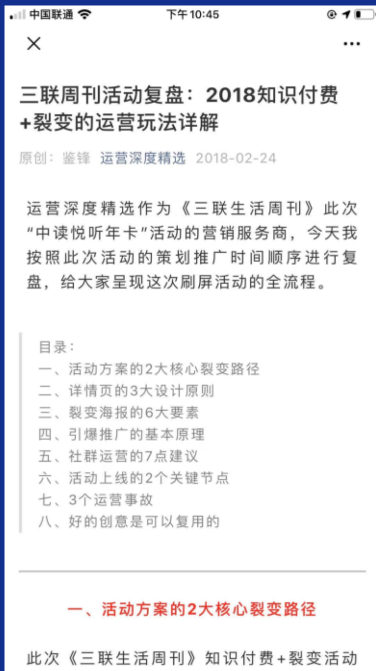
鉴锋 运营深度精选 2018-01-17

写在前面：

由于"网易戏精讲课"访问流量过大，01.17.10:50开始，间断性被微信误判封禁。我们已经在紧急修复中了（付费了同学不影响直接访问）。请大家不要谣传那些乱七八糟的截图信息（运营何苦为难运营呢？），我们从昨晚8点到现在一直坐在办公室给大家处理进群问题

没进群的同学，复制荔枝微课链接：https://m.weike.fm/channel/123444 在电脑端打开，有进群二维码，当然您也可以后台留言，我会给您发二维码

已停止访问该网页



三联周刊活动复盘：2018知识付费+裂变的运营玩法详解

原创： 鉴锋 运营深度精选 2018-02-24

运营深度精选作为《三联生活周刊》此次"中读悦听年卡"活动的营销服务商，今天我按照此次活动的策划推广时间顺序进行复盘，给大家呈现这次刷屏活动的全流程。

目录：
一、活动方案的2大核心裂变路径
二、详情页的3大设计原则
三、裂变海报的6大要素
四、引爆推广的基本原理
五、社群运营的7点建议
六、活动上线的2个关键节点
七、3个运营事故
八、好的创意是可以复用的

一、活动方案的2大核心裂变路径

此次《三联生活周刊》知识付费+裂变活动



实操复盘丨我如何用1个微信号，裂变130000+精准设计粉

misha 运营深度精选 2018-09-29

运营深度精选
我们坚信：好的创意/是可以复用的

Hi，大家好，我是「运营深度精选」裂变团队的misha。

前段时间，我们在"群裂变"玩法普遍不被看好的情况下，用1个客服号（4000粉），裂变了13w+的精准设计师粉，几乎刷屏了整个家居设计行业。



【案例复盘】7天涨粉20万，我们是如何找准用户一夜占领社群和朋友圈的

原创： 文林+耀宏 运营深度精选 2018-08-23

运营深度精选
我们坚信：好的创意/是可以复用的

Hi，大家好，我们是「运营深度精选」的裂变团队。今天我们又出来复盘案例了。好久不见，嘻嘻。

今天要复盘的案例，是一个关于「大学生论文」的项目。这个项目我们一共打造了42万的社群流量池，36万的小程序用户，和20万的公众号粉丝。

说到这个，我就开心到不得不放一张，金主爸爸半夜2点来公司请我们吃宵夜的照片

孤岛效应：各垂直行业“互联网化”进程不一



电商行业



知识付费



实体零售

2级分销+微信实时到账：店长/店员不发朋友圈 变成 一天发三次



最近忙着娃娃们的幼儿园小学报名，想想很快就可以出去嗨皮了，心里有无尽的欢乐，我要去吃吃吃，喝喝喝，买买买，还要看电影......518南山欢乐颂，似乎可以满足我所有的需求，要不要一起来撩😉29.9买张券，可以换吐司来了一份or喜茶网红波波茶+太平洋咖啡二+西贝面筋，我已经想好了，是的，就这个组合，再买一千块的衣服，抽个全额免单，哈哈哈哈，太完美！

收起



1分钟前 删除

Time Capsules



8 >



南山欢乐颂518狂欢节😄
29.9元礼包=喜茶免单券+30元无门槛美食现金券+太平洋咖啡买一送一
还有一张100元满减券，太划算了吧😍

盘它！立即扫码抢购↓↓↓



Shenzhen

1 minute ago Delete



每天早上和读者们聊会天，就能攒够一天的元气😁😁😁



12:59  4G 

< 华强北茂业活动party (157) ...



丹儿



May 8, 2019 09:20



魏魏





LY



12:57  4G 

< 常兴天虹会员群 (113) ...

😄继续加油



鱼鱼

嗯

May 9, 2019 17:15



佰草集晓慧





May 9, 2019 22:51



Shuai

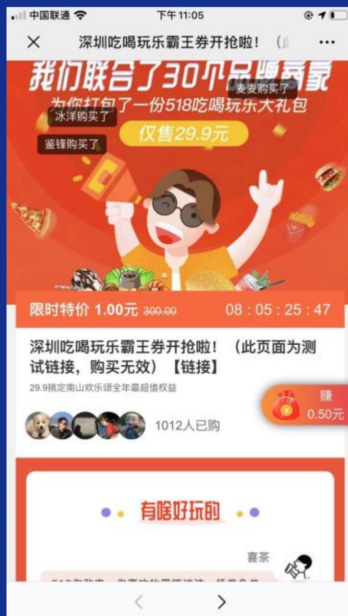


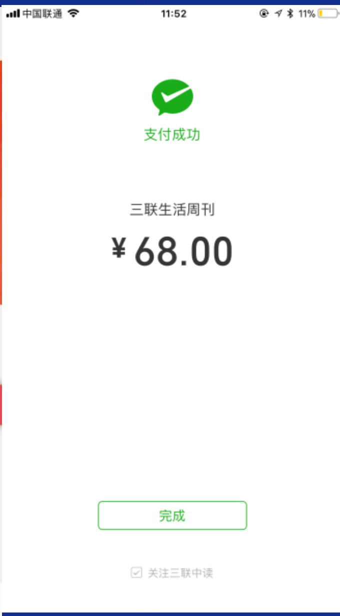
知乎 @鉴锋

商城路径改造：“流量分发”逻辑→“用户裂变“逻辑

1 2 3 4 5



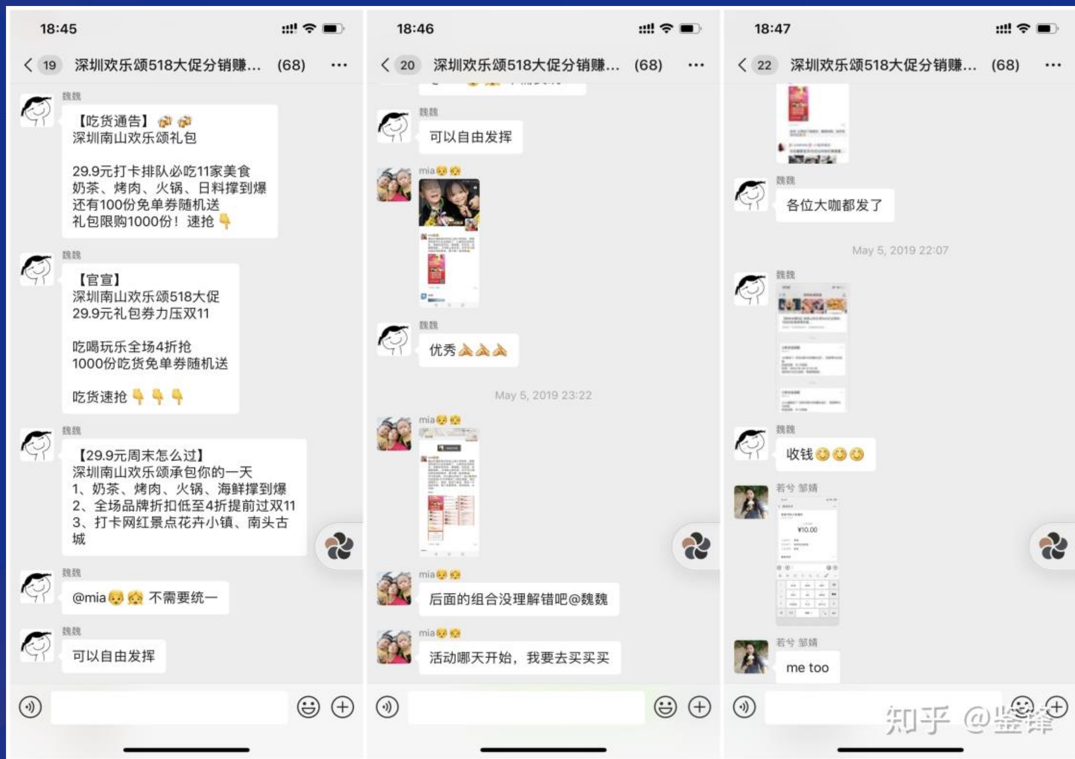








三步引爆裂变step1 社群运营快速建立用户粘性





三步引爆裂变

step 2 社群运营流量放大器（上线时间：晚上20:00-22:00）

深圳吃喝玩乐
霸王券开抢啦！
南山华润欢乐颂购物中心
— 29.9元抢六大权益：实价200元+ —
年度特权礼包，每人限购1份
限量预售价 29.9元

涨粉裂变2017复盘-44(97)

小伙伴们，我们的【微信公众号0预算裂变涨粉|14天训练营】已经接近尾声

上次问卷调查显示：超过70%的小伙伴都是刚接触微信公众号半年，其中约40%的小伙伴是在储备知识，还没注册微信公众号

鉴于大家上完课之后，还是没有机会报来实操整个流程
我们找到金主爸爸：网易云课堂。策划好了一个课程

2018开年第1课："网易运营方法论"--合作资...

哈哈，这个好

我有号，可以参加

我

组队吃鸡啊

@烊烊besos 我要来

已加

朋友圈

西格
又被网易刷屏了，
听的是网易云音乐，写的是有道云笔记，买的是网易考拉。
一年到头，被网易刷屏，还要给网易送钱。
网易的开年大课，我怎么能错过。

库博策划部-赖啸鹏
现在的课程套路都好深啊

fanlu～馒头市场运营
洗个澡回来朋友圈还在疯狂刷屏，为什么还没有听过的课程会一夜之间刷爆朋友圈？重要的根本不是课程里面的内容到底有多好，重要的是你要包装的课程内容感觉十分好加上非常完善的分销机制，在这个上面如果能加上时下热点爆款诞生的先机就有了，目测明天会出现大批量的分析文章，然后后期大批量的知识付费开始效仿

李慕阳2.0@诚诚@帅醒
这组裂变传播的感觉是：产品强＋容易嵌入社交网络＋收益迅速直接＋个性通格感。

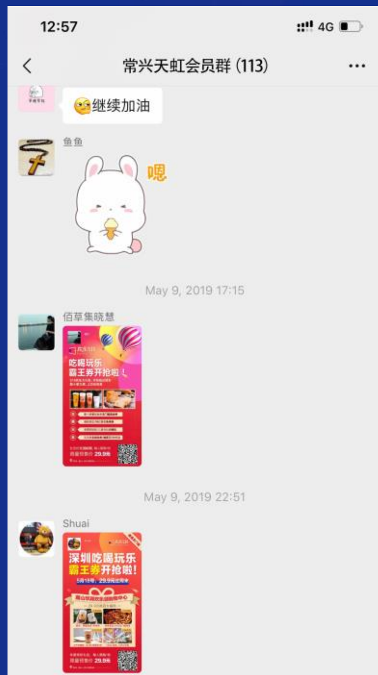
step 3 微信支付实时到账：调动80%长尾用户的多次转发



+



=



运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

引爆的关键节点

商场店员、附近小区群（宝妈/广场舞大妈）

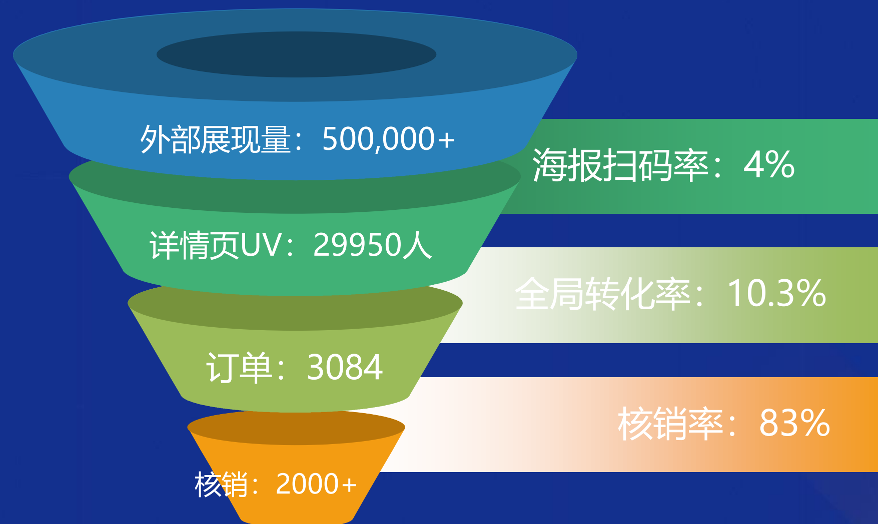
1.信息直接触达：覆盖深圳超50万人

2.到访活动页面：近3万人

3.实际下单人数：3084人

4.活动2天到店数：2000+人

5.活动投入推广预算：0元





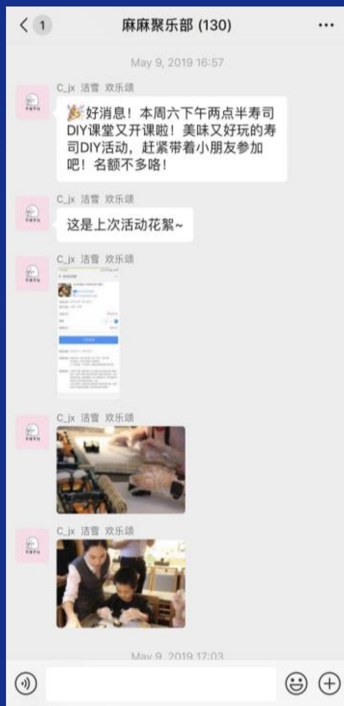
线下活动承接

商场1楼中庭整点凭消费小票参与抽奖、时间点越后奖品越大



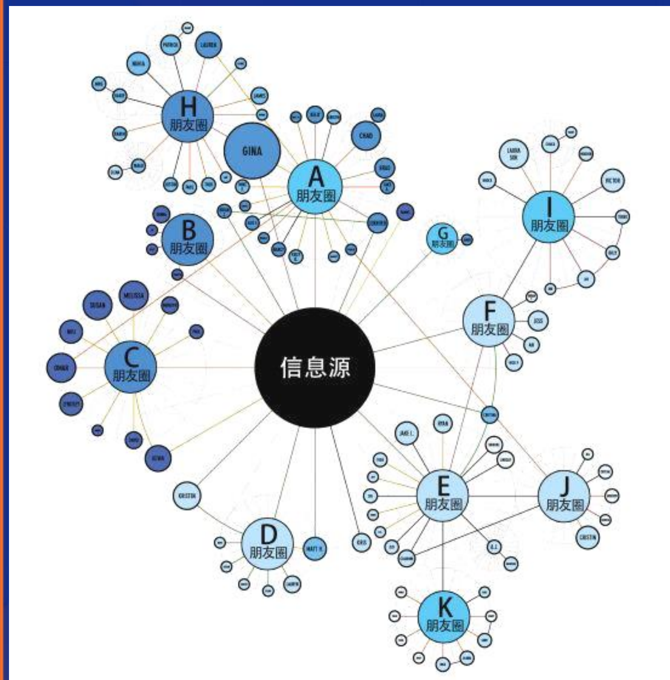
积累线上用户资产：微信群团购、晒单返现、每日尾货、提升用户粘性

- 每日优惠信息
- 线下用户社交空间打造
- 定期举办线下活动
- 培养用户到店习惯





节点效应：圈层KOL来引爆传播





1%的关键节点，带来70%的流量

- 从每一场活动中积累KOC，深度维护。
- 补贴/抽奖等资源倾斜。
- 定向精准投放，避免数据污染。





微信生态的四大流量池





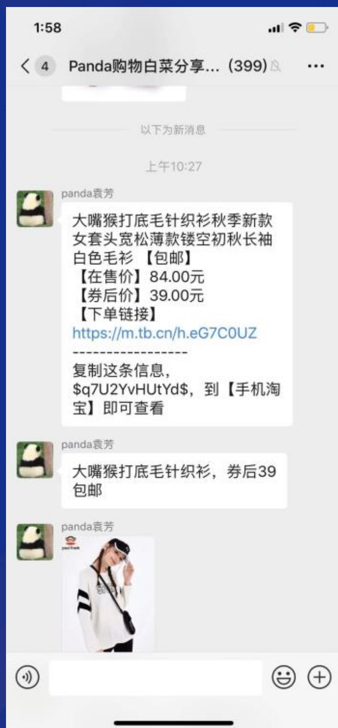

个人号
小程序
微信
流量闭环
社群
服务号



“机器人玩法”：淘宝客、云品仓、京东芬香



运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY







“机器人玩法”：垂直人群的内容需求

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

1.微信对用户时间的虹吸效应：所有生意都值得在微信生态立再做一遍

2.圈层社交：运营/金融/母婴人群在微信群的内容需求

3.招聘行业的数据报告：职场人遇到工作问题：第一选项是向领导/同事求助，第二选项是搜索







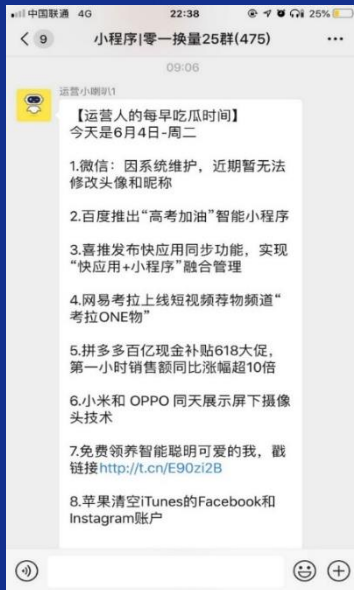


“机器人玩法”：“AI+内容”裂变传播”

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

基于“微信个人号”的API接口，给“互联网运营从业者”在微信群里提供精准行业资讯、智能解答工作相关问题、工作方案模板等提升工作效率的“智能助理”服务。













上线2个月，被拉进5000+个微信群，覆盖25万运营从业者

行业小助手 | 活动群管理 / 群列表 | 零一裂变 剩余可用鲸豆：7850.00 冻结鲸豆：150.00

行业小助手
- 助手基础设置
- 领养页面设置
- 自动回复设置
- 内容设置

助手列表

活动群管理
- 群列表
- 退群列表

数据概览
常规运营
渠道管理
交易中心
积分体系

开群时间：开始日期 至 结束日期 | 全部状态 | 全部助手 | 请输入关键词 | 搜索

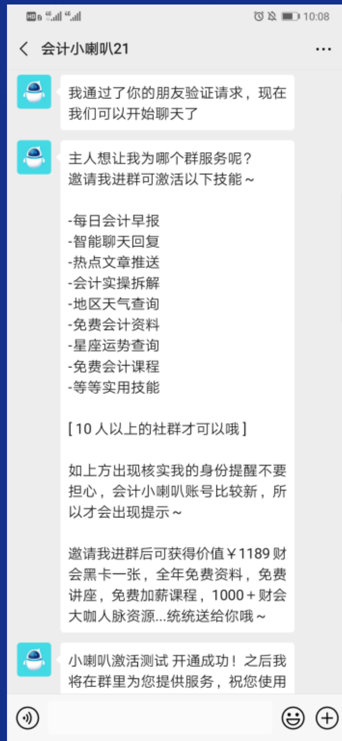
群名称	群状态	助手名称	助手状态	开通人	开通时间	群人数	操作
百家财务变更交流群	已开通	运营小喇叭51	正常	饼仔	2019-06-06 18:57:57	500	注销群
(二) 吉卡全国货源交流群	已开通	运营小喇叭7	正常	/:oY丶 逆风	2019-06-06 18:35:49	500	注销群
众创微资源🔻学习[1]群	已开通	运营小喇叭7	正常	程灵素	2019-05-31 18:51:06	500	注销群
大V媒体交流群8～小程序	助手不在群内	运营小喇叭10.	正常	茜茜 | 零一换量助手	2019-05-24 10:55:13	500	
微信小程序交流群	助手不在群内	运营小喇叭10.	正常	茜茜 | 零一换量助手	2019-05-24 10:52:26	500	
小程序&新时代	助手不在群内	运营小喇叭10.	正常	茜茜 | 零一换量助手	2019-05-22 17:57:42	500	
黄石微信小程序3	已开通	运营小喇叭11	正常	茜茜 | 零一换量助手	2019-05-28 17:34:55	500	注销群
hello小程序用户交流群	已开通	运营小喇叭11	正常	茜茜 | 零一换量助手	2019-05-28 17:32:46	500	注销群
小程序推广运营交流群	已开通	运营小喇叭11	正常	茜茜 | 零一换量助手	2019-05-24 10:26:35	500	注销群
美食广场新天地	已开通	运营小喇叭12	正常	程灵素	2019-06-06 17:22:51	500	注销群

共 3366 条 10条/页 < 1 2 3 4 5 6 ... 337 >



“机器人玩法”： 不同垂直人群复制










中国联通 18:31 52%
详细资料 运动商城人工客服（梦梦）
2018年
01 10月 做个排行榜小调查 在我们商城提现 超过50元回复1...
30 9月 很感谢这位朋友 收到货后跟我说收到了 相互信任 共2张
29 9月 再长的路，也能一步步走完 再短的路，不迈开双脚也无... 共2张
25 9月 #互动# 说一说，你每天登入...
21 9月 运动商城的东西会发货吗？ 东西怎么样？ ...
20 9月 #运动商城限时福利# 淘宝上卖15.73元的跑步手机包 ... 共6张
手机好友不到四千人 有3509人使用过我们小程序


中国联通 19:29 40%
详细资料 刘松-思埠
2018年
冻龄女神和普通人的区别在哪？ ... 共3张
恭喜团队伙伴国庆节前到货50箱胶原蛋白 胶原蛋白——重返健康年轻态
【思埠快讯】 吴总带领着总部的工作人员在思埠13层大厦门口欢迎 山...
思埠快讯 吴总亲自迎接市委书记...
劲爆好消息 思埠集团定制信用卡本月28... 共2张
思埠人专属信用卡福利 7 ...
思埠人专属信用卡福利 6 ...
思埠人专属信用卡福利 5 ...


中国联通 19:18 46%
完成 详情
禾葡兰-小号
收到沈总发来喜报：
禾葡兰与法国Solina旗下有着39年历史的PYC合作的禾葡兰法国研发中心，（Solina是欧洲领先的食品集团之一）
昨天，在普罗旺斯正式成立了
未来，禾葡兰将依托Solina、PYC强大的科研实力，继续加大各方投入
共同研究和开发更多安全、有效、创新的产品 朝“让天下女人没有不美丽的肌肤”这一伟大使命不断前行
2018年9月27日 11:51
评论

“0元开店” VS “399元开店”

本质：信任变现

有赞分销市场的公众号带货

爱库存的品牌代购/尾货

本质：卖发财的机会

爆发快

复购难，代理8个月的生命周期



“淘宝天猫”引流到“微信个人号”的用户产值可提升3-7倍



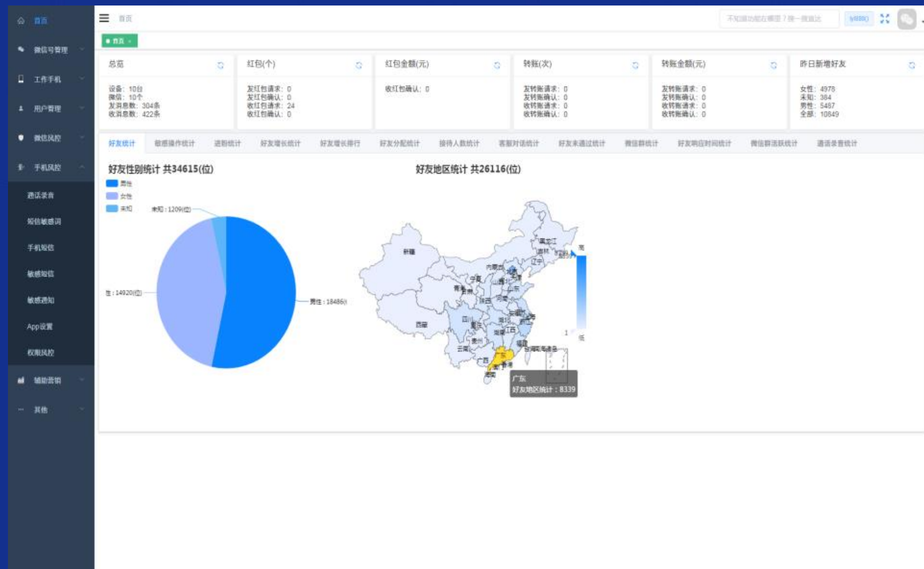






1.3 3种主流的个人号SCRM系统





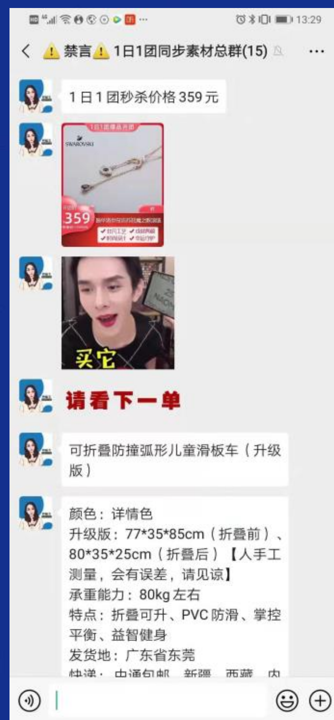
1.3 3种主流的个人号SCRM系统

	个人号	微信号	好友数	状态	分组	绑定时间	下线时间	操作
	张大雪	liuyumin222	4281	扫码	张大雪	2019-11-08 17:27:42	2019-11-08 17:51:19	日志 上线
	丹丹阅读小助手	ibookgood2018	477	扫码	未来之音	2019-10-15 14:40:59	2019-11-04 11:30:15	日志 上线
	林伊一丨免费创建新活动	LYLB005	2384	扫码	我亦偏执久	2019-05-30 20:15:49	2019-10-24 20:22:57	日志 上线
	伊伊|零一裂变	LYLB020	158	扫码	我亦偏执久	2019-09-20 10:20:06	2019-10-21 16:14:42	日志 上线
	佳佳(添加我，帮您创建新活动)	LYLB012	669	扫码	我亦偏执久	2019-08-13 15:08:58	2019-09-20 10:35:35	日志 上线
	我亦偏执久	xunuoxiaojie12	1510	扫码	我亦偏执久	2019-06-24 20:05:28	2019-08-09 10:06:17	日志 上线

1.3 3种主流的个人号SCRM系统









个人号运营阶段

个人号人设定位
四件套

- 头像
- 昵称
- 个性签名
- 主页背景墙

个人号运营
三板斧

- 互动：点赞、评论、回评自评
- 话术：私聊话术、专业话术
- 朋友圈:用户标签，内容定位

个人号销售成交
四个阶段

- 知道你
- 了解你
- 信任你
- 追随你



“好的”个人号：人设+卖欲望

基本规律
- 早上　互动吸引，人设生活化　正能量鸡血、观点...
- 中午　加强信任，专业100年　晒成绩案例/技能　技能、产品、口碑等，怎么帮助到大家，解决了什么问题
- 下午　加强生活化，性格反差萌　段子类、生活趣闻
- 晚上　激发冲动，引导成交　晚上6点左右、8点左右、10点左右（大量刷朋友圈）

发圈维度
- 技能相关度　分享可以帮助票圈好友的实用小技能
- 观点相关度　说说你对世界、行业、身边事物的新鲜看法
- 生活相关度　发趣味的生活自黑，发发你的生活态度，调侃提现个人温度
- 福利相关度　多固定分享对大家有利又感兴趣的福利

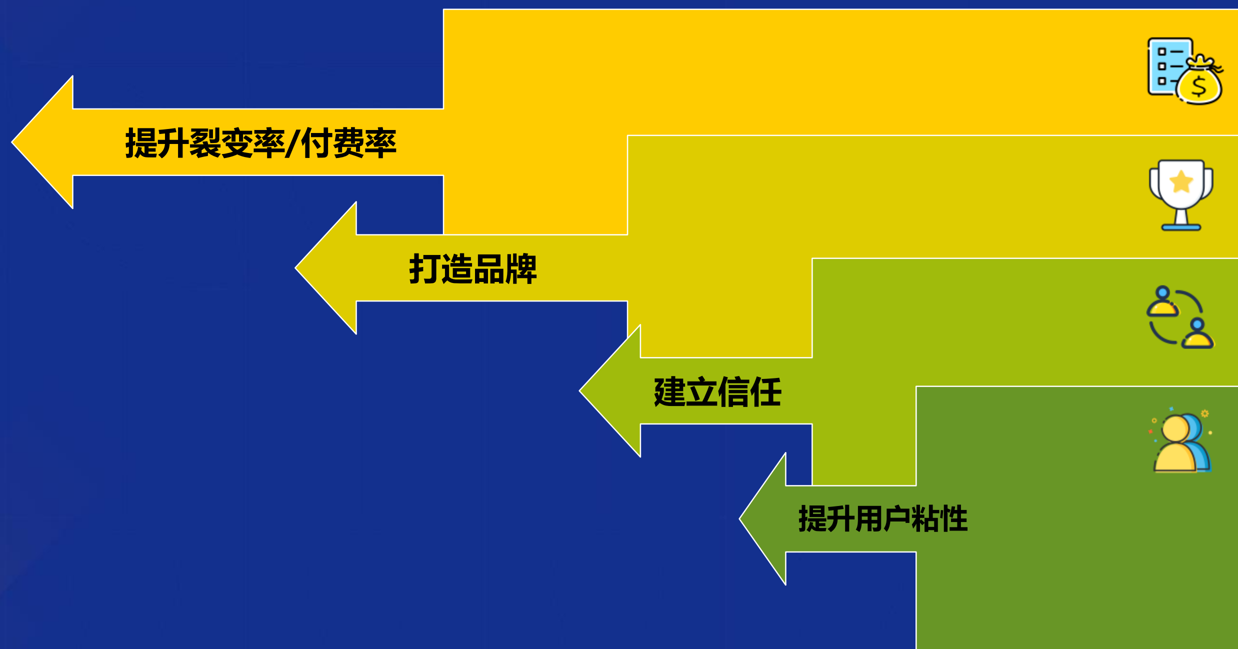


“好的”个人号：人设+卖欲望

内容维度/发布时间	8:00-9:00	11:50-12:30	17:30-18:30	21:00-22:00	00:00-02:00
干货文章					
行业观点					
生活工作琐事					
个人/公司成绩					
福利相关					
业务宣传					


运营深度精选
Operational Depth Selection
泛玩社 MORE FUN SOCIETY

2. 社群运营的多个作用


提升裂变率/付费率
打造品牌
建立信任
提升用户粘性



裂变诱饵 → 用户扫码专属微信群 → 用户进群，机器人自动@用户，说明转发规则 → 用户完成任务机器人自动提示 → 机器人@未转发用户，提醒转发，否则移除群 → 未转发的用户移出群后,发放”奖品”



4 招提升裂变率

01

选题借势踩热点，
针对人群微创新；

知网论文查重
代金券

¥ 55 元

抢！限时领取
仅限前100名



长按识别二维码，进群领取

2018每日运营热点案例拆解

附赠：2017年小密圈『每日运营热点』500+案例合集

案例热点：2018年最新热点案例深度剖析
案例拆解：每日一个优质案例深度拆解复用
案例交流：微信群每日案例讨论加速落地
案例赏金：优质案例3人点赞9.9元赞赏
案例参考：12个月500+可复用热点案例参考



邀请你加入



原价：199元小密圈
今日限时免费

4 招提升裂变率

02

重视短期利益，
增加用户扫码率

3年500篇10w+，
深夜发媸到底有啥爆文套路？

6.20 周二 21:00 分享人：深夜发媸 徐老师

>> 扫码免费听课 仅限前87名<<
入群即送46G运营资料

运营深度精选 运营研究社

人资学堂
上课卡

世界500强人力资源总监
微软大中华区培训经理
姚琼

OKR
带你重新定义
绩效管理

每天一课每晚8点

【报名即送】
OKR落地最佳实践研究

扫描二维码立即报名
前100名进群免费上课



4 招提升裂变率

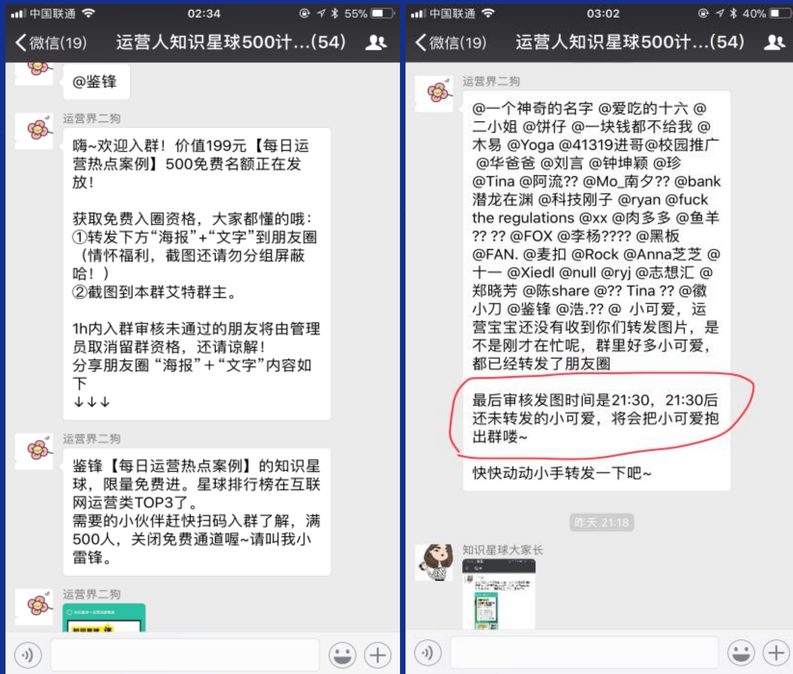
03

急迫感文案，

用户损失厌恶，

善用“水军”激发

从众效应；



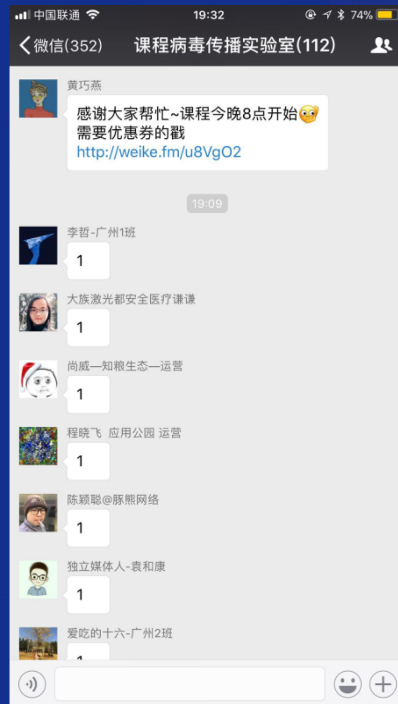
4 招提升裂变率

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

04

微信防封措施：
多域名二维码、
多小号机器人、
定时裁剪图片

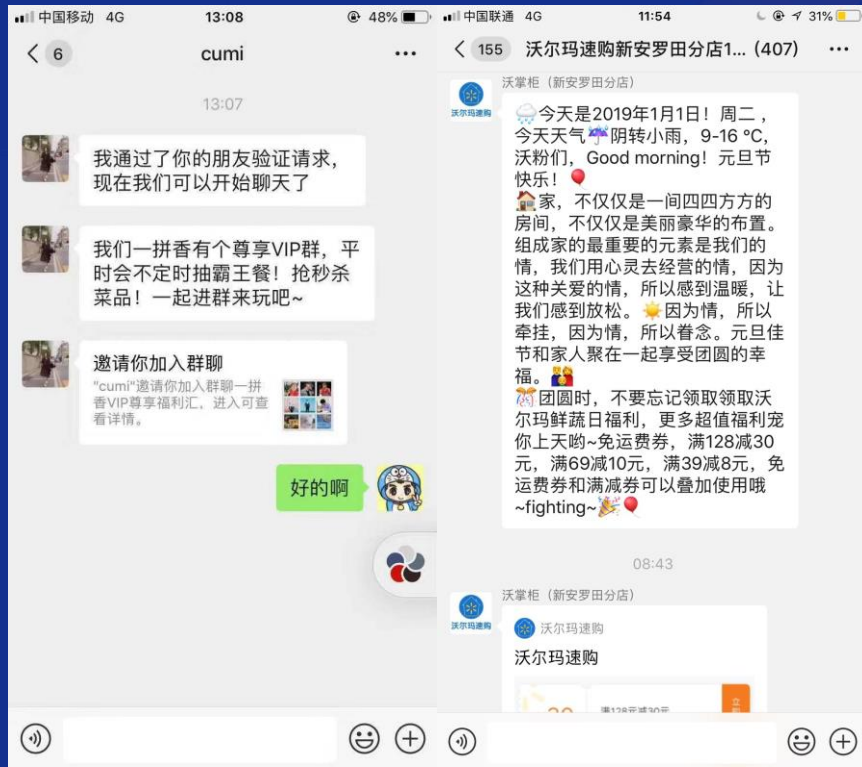




2.1 社群：“第三方口碑”建立信任、“从众效应”提高付费率







2.2 社群：“社交安全距离”提高裂变率、“高频露出”增加品牌记忆











2.3 线上线下社群：也可分为“直营”和“加盟”

搭建门店专属社群，结合社群发布门店拼团、预售等活动资讯，将社群消费者往线上平台引导，精准定位、服务门店周边消费者。

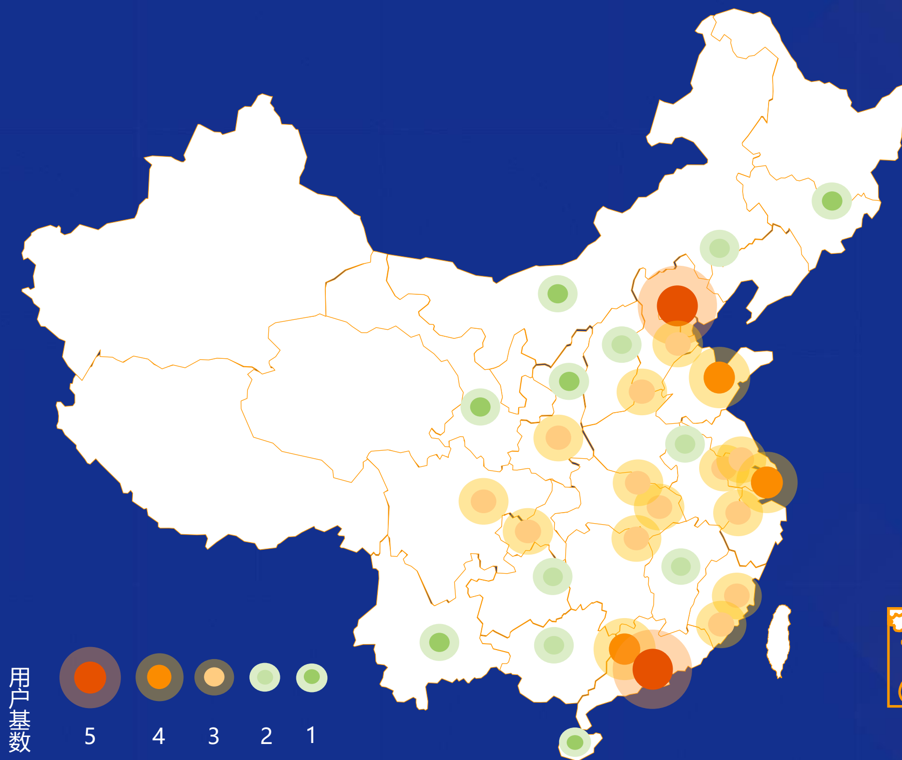


案例：2个月0预算在23个城市建立“自组织社群”

「运营深度精选」社群是互联网行业运营价值内容输出为主要导向，定期组织社群人员线上内容话题分享、线下大型行业大咖分享主题内容。

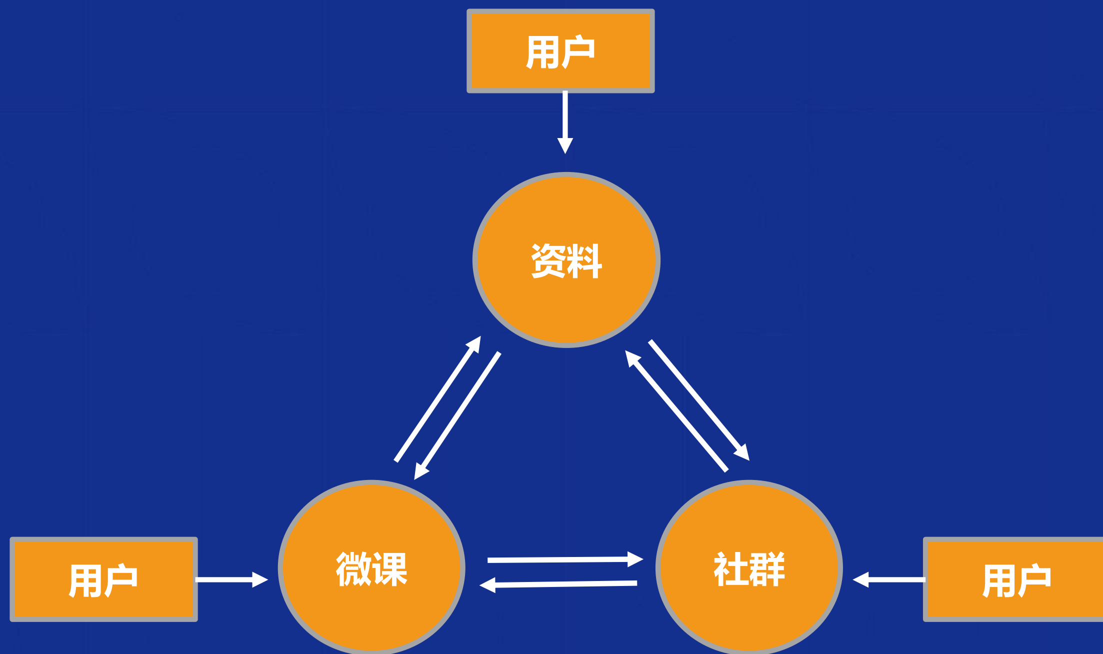
策划上线
2个月

覆盖全国
23个核心城市



如何零成本做到5w精准用户



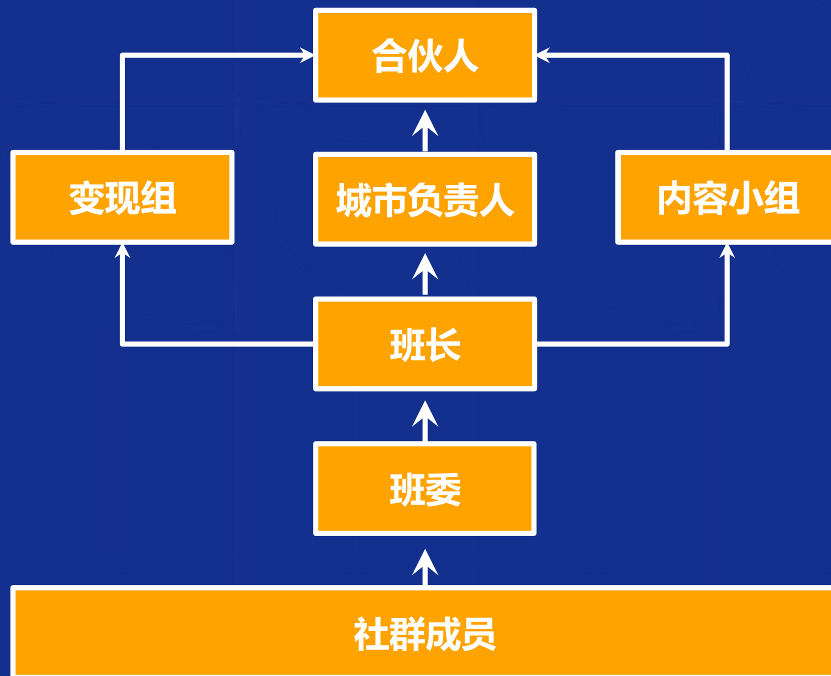




社群如何建立规则

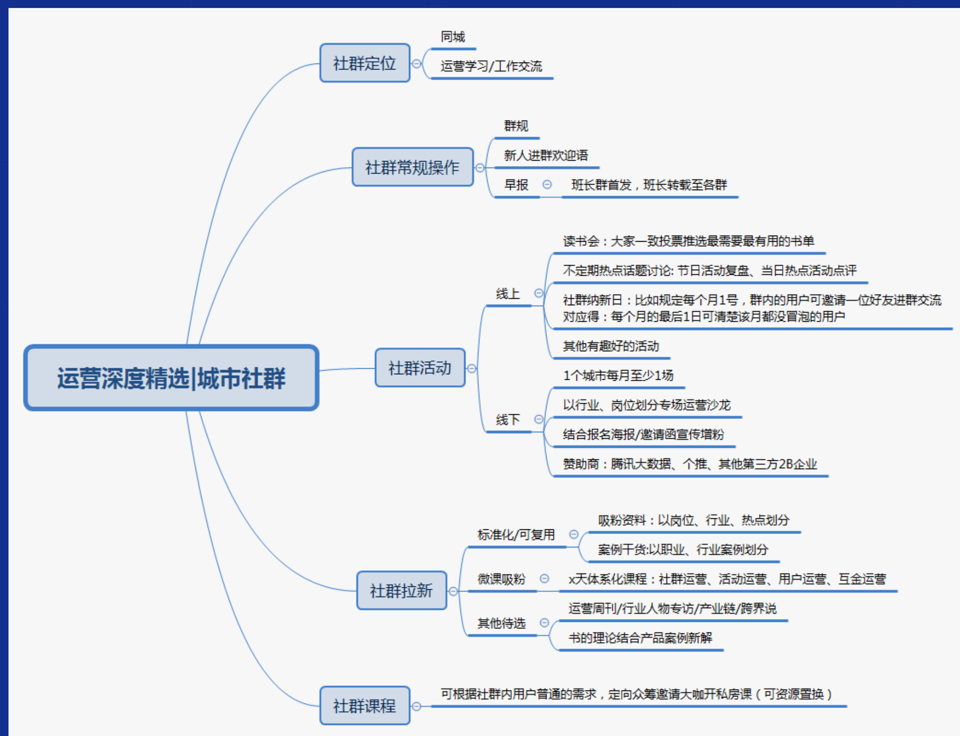
运营深度精选

“ 社群用户成长体系 ”



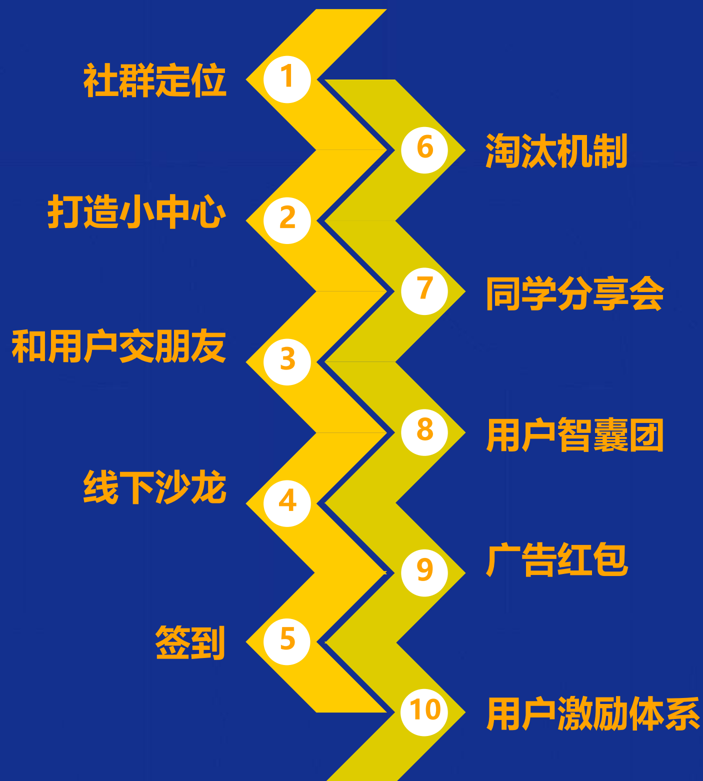
“365运营成长联盟”整体运营规划

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY



运营深度精选 - 社群促活十式





有效程度依次减弱



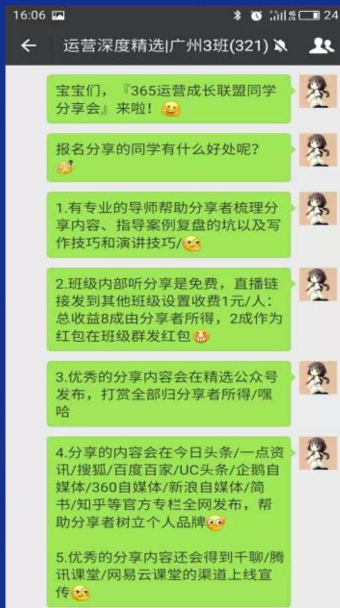
运营深度精选 - 同学分享会







① 通过适当的奖励来激励社群同学报名



② 让班长班委起带头作用，吃第一个螃蟹



③ 每期分享会结束后也会植入引导



运营深度精选 - 社群活动







23城市高粘性社群，连接10W+互联网运营从业者

















运营深度精选 - 运营行业“TED”沙龙





















打造线上线下相结合的高粘度社群

每周2期

线上运营大咖分享

每月1次

“TEDx运营”
系列城市沙龙

企业项目

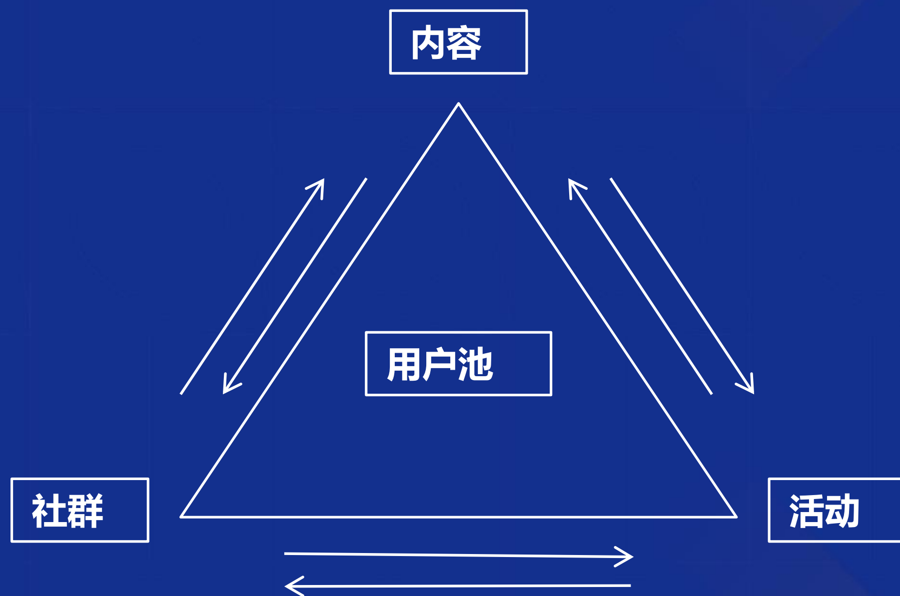
兼职赚钱



搭建社群“自生长”生态闭环

公众号的内容、活动、社群三者循环生长

- 通过活动引流、社群承接用户、分享生产内容；
- 构建活动→社群→内容→活动的闭环；
- 三个环节环环相扣，相辅相成，构成一个自生长生态。



保持“社群生命力”的根本



运营深度精选|365 运营成长联盟--班委工作手册

意义： 共同成长是运营深度精选|365 运营成长联盟的核心宗旨，班委是带领同学，自律自己一起成长和进步的核心团队。

关于班委：

加入班委，是一个工作 8 小时之外拓展运营圈高质量人脉资源，连接全国的社群负责人，和运营深度精选的运营大咖们一对一探讨构建高质量学习社群，手把手教导活动策划，学习运营知识，get 社群运营的精髓玩法

班委成员及分工：

班级的班委由 1 名班长统筹、1-3

上午12:23 1/10

关键人：用心的群主 / 管理员

比如，我会给班长一个社群运营手册参考：

用心的班长——不看工作手册，社群都很活跃、学习氛围也很浓厚

不用心的班长——对着工作手册照本宣科，执行得再细节社群也死气沉沉


运营深度精选
Operational Depth Selection



“线下销售场景的线上映射”









“个人号/群运营的关键：有温度”








运营深度精选
Operational Depth Selection

“有爱”的人才能做好运营



3. 服务号：中心化裂变，流量“千人千面”再分配

















3. 服务号：留存高、打开率高、裂变红利无









任务宝——操作流程

诱饵设计



关注生成专属海报



分享邀请好友关注



服务号实时反馈

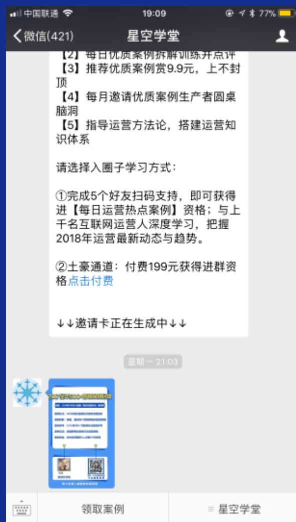


达到任务要求人数



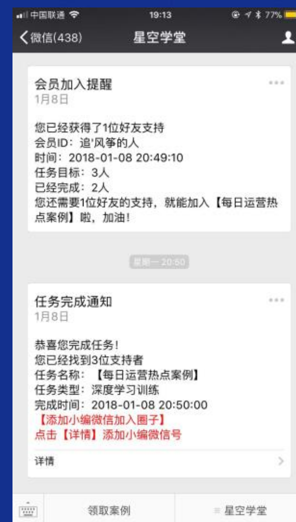
奖品发放













4招提升裂变率

- 100%提升活动完成率
- 及时调整任务门槛的难度
- 裂变级数停留在2级即表示用户需求不刚需、目标价值与任务难度不匹配
- 裂变级数5-7级以上值得All in

粉丝管理　数据统计　数据追踪

关键数据指标

活动参与人数	任务推广人数	任务完成人数	任务完成率
9673人	1486人	750人	50.47%

高级数据统计

活动拉新人数	活动取关人数	活动净增人数	活动裂变率
8402人	1695人	6707人	565.41%

数据追踪

添加源头用户ID

裂变报表

1级人数：123	2级人数：421	3级人数：561	4级人数：834	5级人数：635
6级人数：1541	7级人数：1564	8级人数：3352	9级人数：4563	10级人数：6434
11级人数：1422	12级人数：2313	13级人数：955	14级人数：962	15级人数：785
16级人数：652	17级人数：231	18级人数：453	19级人数：421	20级人数：362
21级人数：451	22级人数：231	23级人数：19		

4招提升裂变率

✓ 排行榜福利：调动“超级用户”的积极性





4招提升裂变率



✓ **模板消息：N次触达用户、提升任务完成率**









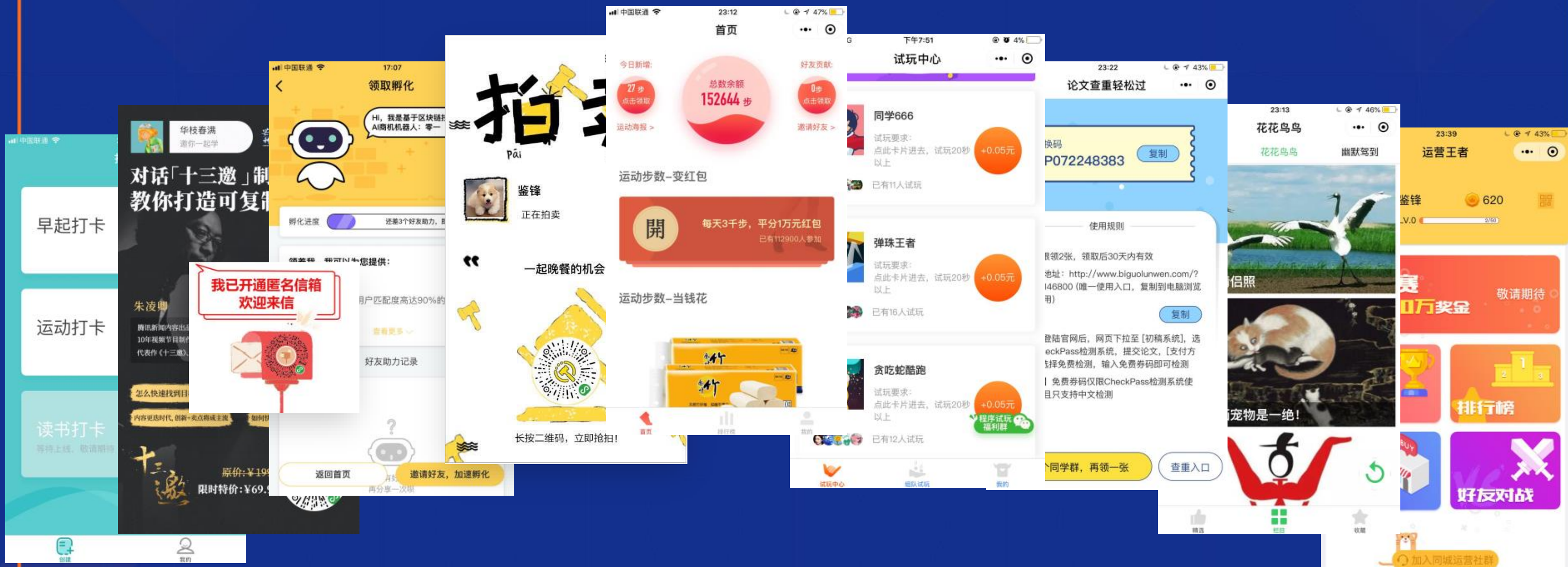
4招提升裂变率

✓ 多渠道测试：高效资源置换+成本控制

时间	操作时间	执行资源列表	新关注人数	取关人数	取关率
2016/12/15	20:30-23:00	小编号群发：2000好友 用户群/均400人 8个@全群推 NOMS大会临时群/均70人 40个 梧桐会:300相关群+广告群转发 100面试：30相关社群转发 老友季：50+相关群 易观：20+相关群 深圳开发者公会：20+相关群 金筑财富：20+相关群 兔展：14个用户社群 5i课商：10+相关群 赞服务：10+相关群 活动盒子5+相关群	7924	825	0.104114084
2016/12/16	11:00	专头：7+相关群	3574	608	0.170117515
	12:00	小编号1000好友群发			
	22:00	个人群：100+相关群			
2016/12/17	20:00	兑吧NOMS全国运营峰会现场群/4个	3107	432	0.139040875
2016/12/18	21:00	小编个人号群发：1000好友	2383	332	0.139320185
	21:00	社群会客厅/均70人 60个			
	21:00	小号群：100+相关群			
2016/12/19	12:00	公众号：刘渝民/2W粉 推送海报 小编个人号群发：100人 社群会客厅/均70人 60个@全群	4337	656	0.151256629
	21:00	Late自媒体人 推群50个			
2016/12/20	12:00	30个运营相关QQ群/平均人数1500	2441	412	0.168783286
	17:30	自客：40+相关群			
	20:00	Boss直聘： 10+广州相关群 个推：20+相关群 米龙谷：100+上海相关群 磕学社：20+相关群 骆菲菲@Teambition			
2016/12/21	12:00	小编个人号：1000人转发	1583	272	0.171825648
	18:30	Teambition：8个相关社群			
2016/12/22	12:00	陈维贤朋友圈 秦岭朋友圈 拇指部落4+20相关社群	4551	584	0.128323445
	19:00	飞鱼船长朋友圈			
	21:00	类类朋友圈			
2016/12/23	20:00	虎嗅怒马：社群+朋友圈 通讯录一对一邀请300人	3470	494	0.142363112
2016/12/24	12:00	秦岭公众号推文文末植入	1315	290	0.220532319
2016/12/25	20:00	通讯录一对一邀请：300人	1416	239	0.168785311
2016/12/26	12:00	bOSS直聘深圳 个人朋友圈+社群 金维个人朋友圈 大沙拉/20个百人群 通讯录一对一邀请：200人	5619	729	0.129738388
	18:00	懒C-脑洞运营：社群+朋友圈			
	21:00	朱少锋公众号文末植入			
2016/12/27		无	2599	501	0.192766449
2016/12/28	18:00	活动盒子-公众号二条推 通讯录一对一邀请：100人	2260	404	0.178761062



小程序：裂变速度快、注册转化率高、留存差





爆款小程序设计的3大心法



运营深度精选
Operational Depth Selection



简单

裂变

场景



心法一：简单

碎片化社交场景，用户单次体验时间 < 10秒







心法二：裂变

获客成本几乎为0、用户体验门槛几乎为0







心法二：裂变

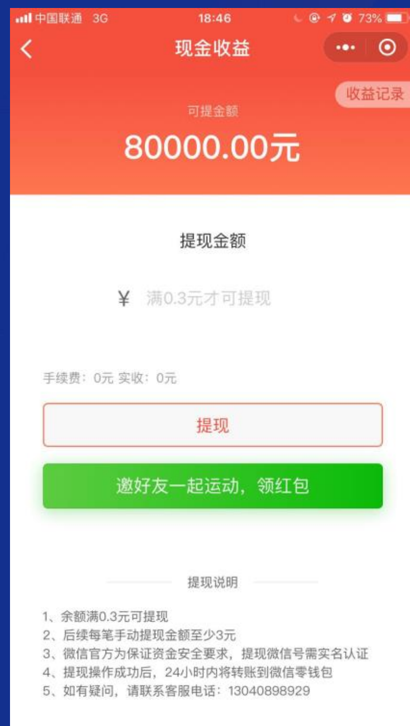
运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

每一个页面都植入引导分享的按钮









心法三：场景

保证“用完即走”后“走了还来”







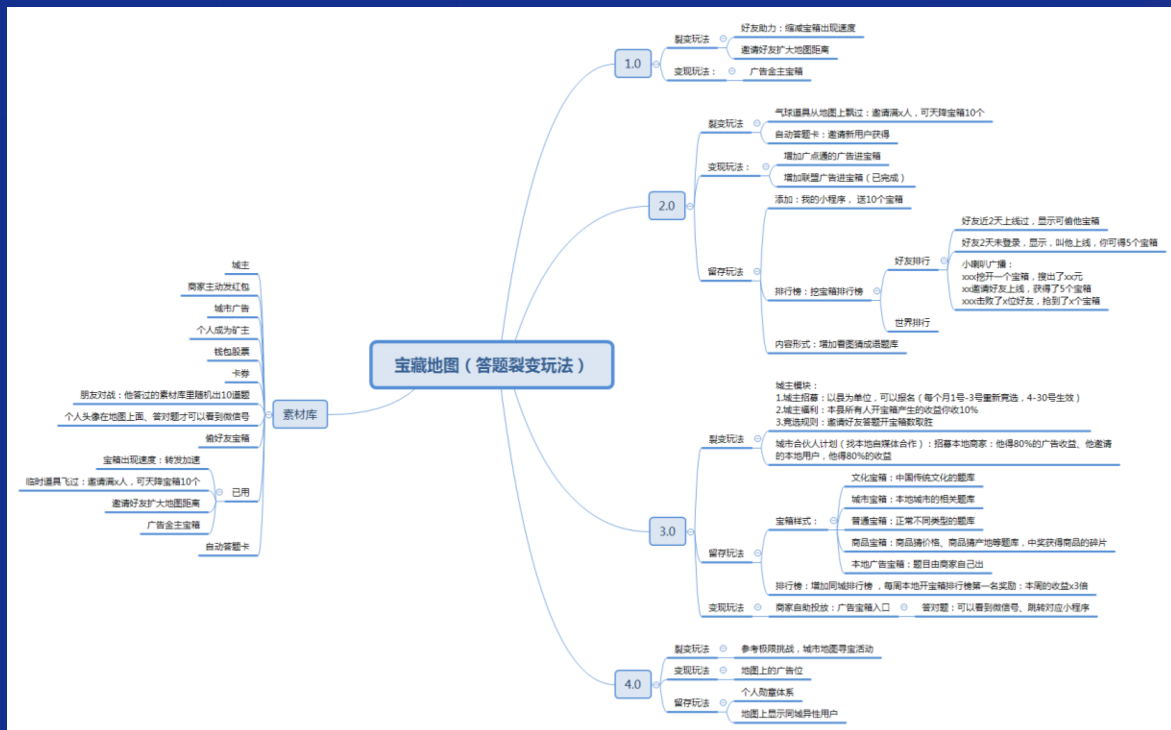


试错期：不断拆分需求、搭框架

运营深度精选 Operational Depth Selection | 泛玩社 MORE FUN SOCIETY

小步快跑

迭代试错



成熟期：关键指标任务





社群运营关键指标	
一级维度	二级维度
直营社群	1. 直营微信群总人数
	2. 社群每日点击小程序人数
	3. 社群商品点击、付费率
第三方社群	1. 合伙人建群数
	2. 合伙人微信群总人数
	3. 各类垂直人群第三方社群
个人号	1. 微信个人号好友数、商品付费率
	2. 用户反馈收集

商城运营关键指标	
一级维度	二级维度
商家数量（兑换商品总额/总步数、兑换人数）	1.在售商品总量
	2.每日上新量
	3.商家流量、商品补贴
成交单量关键指标（成交额、成交单量、下单人数）	1.商城栏目总流量
	2.高转化商品的有效曝光
	3.商品流量x支付 转化率优化
	4.拼团成功率
	5.用户分享商品率：支付前分享、支付后分享
下单人数关键指标：	1.复购率
	2.价格区间付费转化率
	3.下单用户步数余额正态分布
	4.当日新下单用户数
免费商品兑换人数	1.步数汇率
	2.用户每日可领取总步数
	3.反作弊系统

流量运营关键指标	
一级维度	二级维度
分享率	1.各页面分享人数、次数，对应拉新人数、用户留存率
	2.新的裂变玩法设计
新增人数	1.合伙人数量、收益
	2.B端渠道主数量
	3.公众号裂变
	4.换量合作
留存率	1.新用户路径
	2.添加我的小程序
	3.各渠道用户留存率
	4.公众号关注率
	5.优质用户关怀：点击了广告的用户汇率更低、红包更大
人均停留时长	人均访问页面数
	各页面访问人数
用户价值分析	用户历史总收益、可提现余额、历史总步数余额、已使用兑换步数、步数收入组成（每日签到、好友贡献、点击广告）、点击广告总次数



大凡用计者、非一计之可孤行 必有数计以襄之






赠品/红包
获客
种树类
提升日活
内容营销
精准转化
私域流量
提高客单



“典型的”电商增长模型：赠品/红包泛流量裂变











“典型的”电商增长模型：红包泛流量裂变







编辑

配置名称	trytry活动
类型	trytry活动 / 其他
红包最小金额(小于0.3不可实时到账)	1
红包最大金额(不可小于最小金额)	1
每天邀请人数最大限制(0代表不限制)	- 10000 +
发放总红包金额最大限制	100000
限制规则	不限制 / 限制邀请人数 / 限制红包总额 / 都限制
描述信息	输入描述信息
实时到账开关	不开启 / 开启
总开关	不开启 / 开启

重置



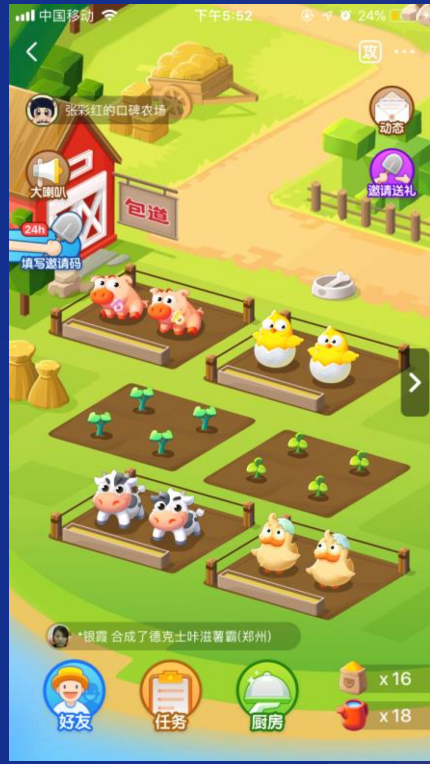
trytry渠道总人数	trytry二维码渠道总人数
6175	9239
17570	17065
20072	13933
29645	27405
39134	44525
43108	49975
56698	70678
89305	126074
42667	78041
38016	22690

“典型的”电商增长模型：种树等“养成类”游戏化增加粘性









“典型的”电商增长模型：种树等“养成类”游戏化增加粘性



活跃月留存普遍能达到55%以上

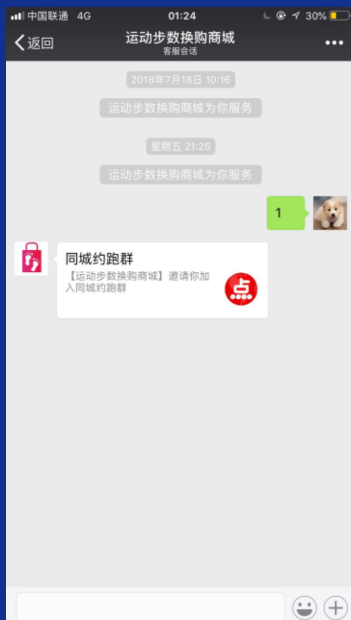






“典型的”电商增长模型：小程序→公众号→ 个人号精细化运营









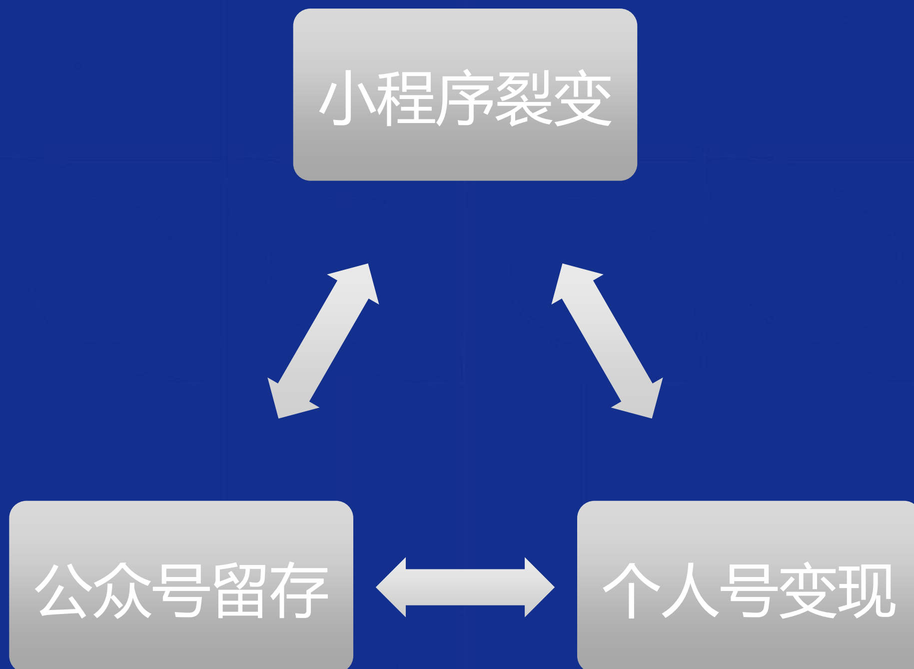




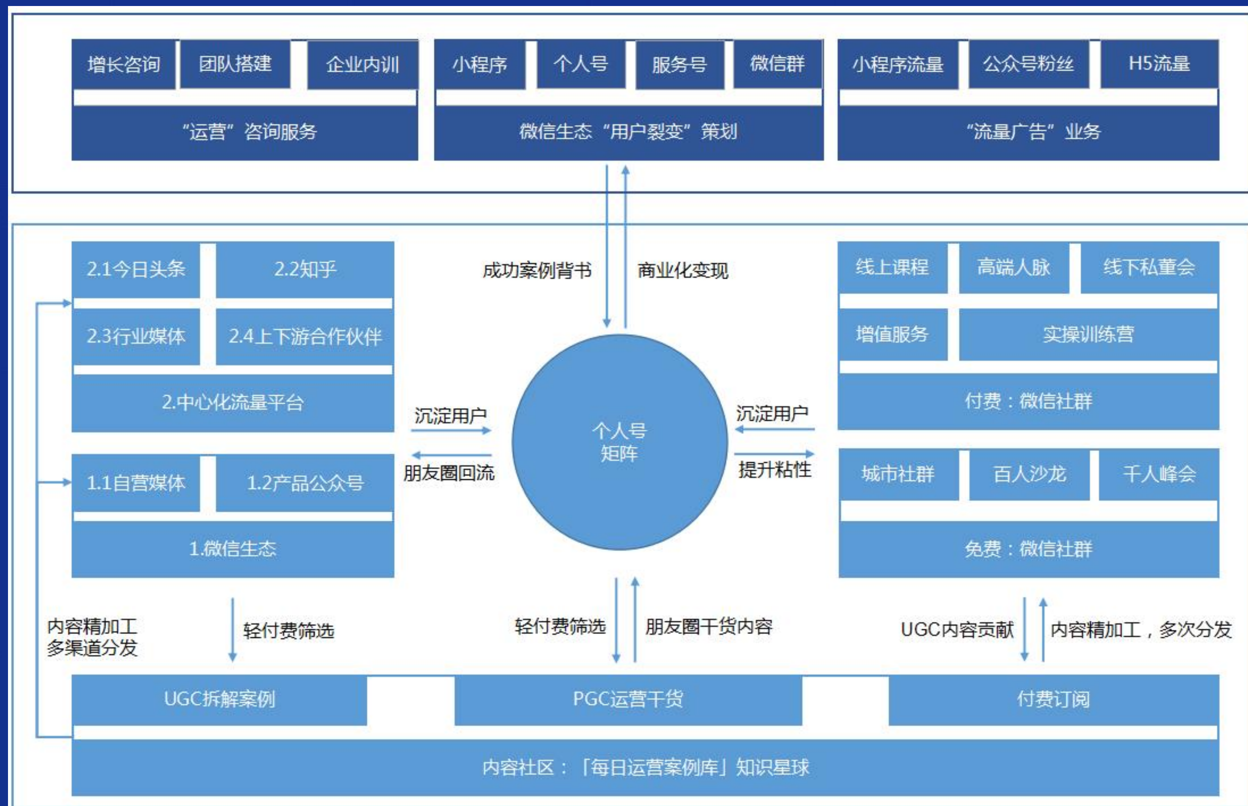
“典型的”电商增长模型：微信生态流量运营闭环



运营深度精选 Operational Depth Selection
泛玩社 MORE FUN SOCIETY



“典型的”ToB私域流量模型



ToB增长地图：打点-连线-结网







行业		电商	线下零售	旅游	医美	教育	证券	其他
企业用户需求链条								
前端	媒体资讯	调皮电商	微盟					
	培训	网川/有赞	微盟		岚时			
	营销工具	零一裂变	零一裂变				免展	
	商城	有赞	微盟/万信	直客通/有赞	有赞/岚时	小鹅通/有赞	蘑菇云	
	营销/增长	零一裂变	零一裂变		岚时		零一裂变 蘑菇云	
	代运营		零一裂变 万信					
	广告投放	聚胜万合/有赞/兑吧	微盟			小鹅通		· · ·
中台	会员运营	兑吧	驿氪/万信/达摩			小打卡		
	SCRM	艾客	万信			奥创	免展	
	数据分析	神策/GrowingIO	万信			小鹅通		
后台	定制开发	有赞	微盟		有赞			
	云服务	有赞	微盟				免展/蘑菇云	
	企业管理							
	供应链系统	聚水潭		直客通	岚时			



现实情况建议：单点突破→T型扩展策略

社群电商：嗨团

个人号电商：禾葡兰

公众号电商：小小包麻麻

小程序电商：SEE小店铺



总结

- 用户裂变策划4步骤：圈层效应→信任建设→路径单一→即时反馈
- 设计运营体系和设计公司战略一样：设计一个环环相扣的有乘法效应的体系
- 宇宙运行的规律是：物理，万物繁衍的规律是：DNA
- 佛教/基督教/儒家/道家/心理学，都是在用自己的语言来阐述世界运行的规律
- 揣摩读者心思，去写文章。顺应用户人性，去做运营
- 人之所欲会焦虑、恐惧、贪婪，那是因为你不知道自己想要什么。







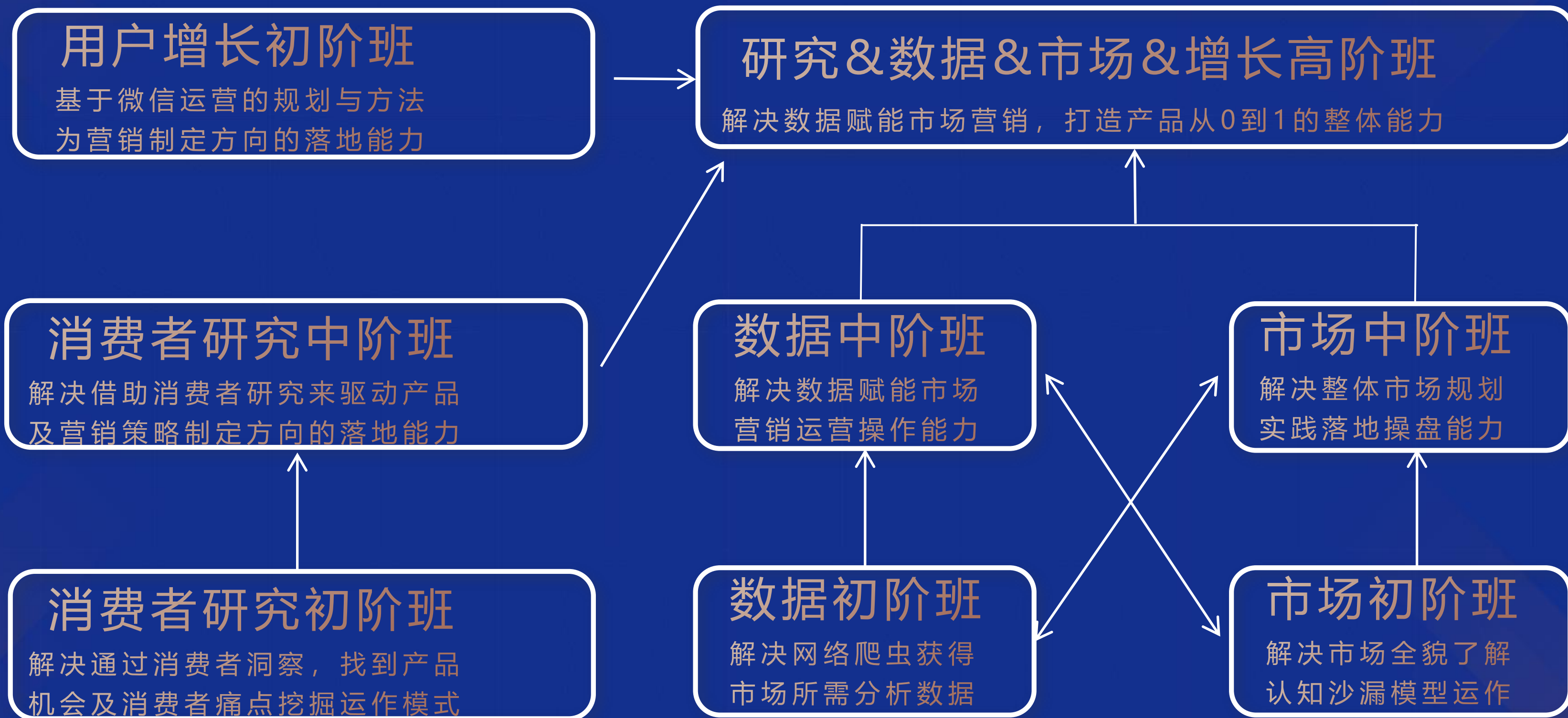


历史不断在“重演的规律”



市场总监系列课程


运营深度精选
Operational Depth Selection
泛玩社 MORE FUN SOCIETY


用户增长初阶班
基于微信运营的规划与方法
为营销制定方向的落地能力
研究&数据&市场&增长高阶班
解决数据赋能市场营销，打造产品从0到1的整体能力
消费者研究中阶班
解决借助消费者研究来驱动产品
及营销策略制定方向的落地能力
数据中阶班
解决数据赋能市场
营销运营操作能力
市场中阶班
解决整体市场规划
实践落地操盘能力
消费者研究初阶班
解决通过消费者洞察，找到产品
机会及消费者痛点挖掘运作模式
数据初阶班
解决网络爬虫获得
市场所需分析数据
市场初阶班
解决市场全貌了解
认知沙漏模型运作

四大导师联合打造












-吕雅芬（Ivy）-

- 上海匀海市场研究有限公司总经理
- 曾任IRI美国零售大数据咨询公司广州负责人

-杨宗谨（章鱼哥）-

- 中康资讯新传播总监
- 前英国广播公司（BBC）记者
- 前CCTV新闻中心副主编
- 前微博运营总监

-徐小磊（磊叔）-

- 国内TOP3专家咨询公司签约大数据专家
- 银行信用卡APP高级策略经理
- 前阿里巴巴数据产品专家

-魏剑锋（鉴锋）-

- 零一裂变创始人兼CEO
- 腾讯课堂特聘讲师
- 36氪最具影响力导师
- 42章经学院特聘讲师



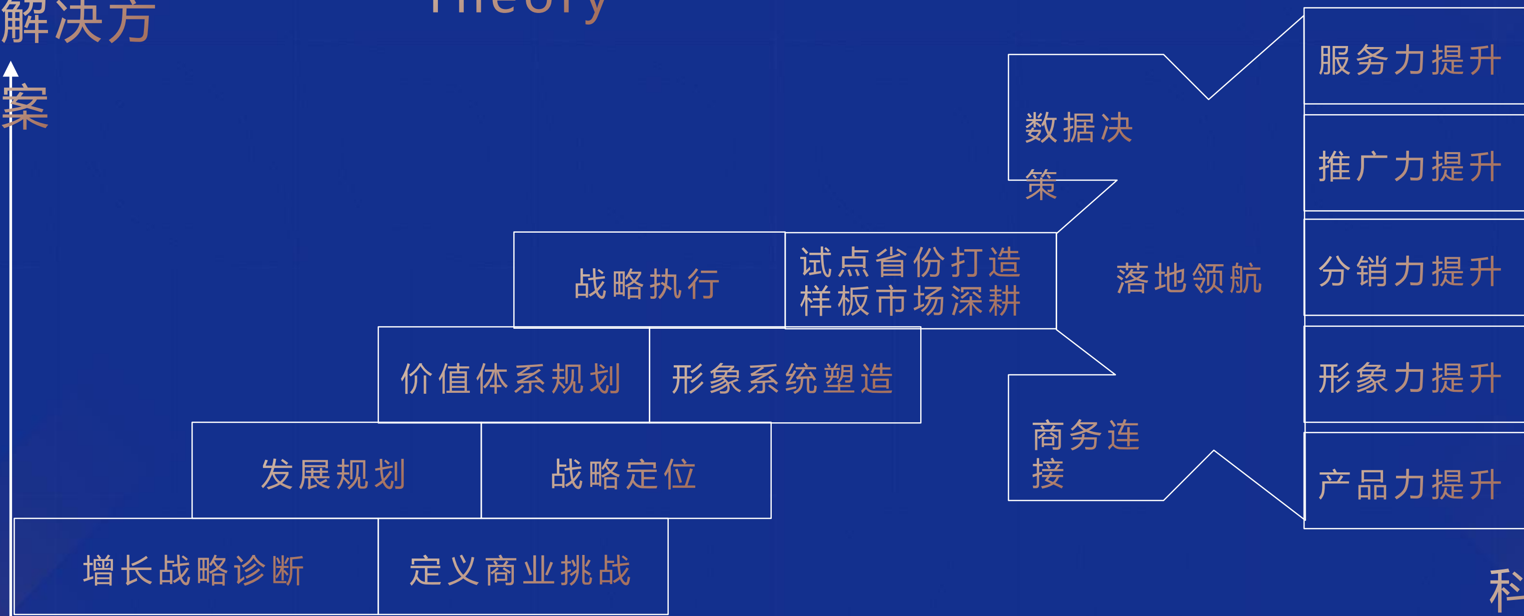






SMART_战略与营销科学化理论模型©

Sales · Mould · Accuracy · Research · Theory





考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽晕染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	**20000 份行业研究报告**	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学	
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学	
	吉他教学					
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	乒乓球教学	太极拳教学	
	围棋教学	高尔夫球				
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织	
	小吃+美食					暗号：666
语言学习：	英语					免费领取资料微信
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学				1131084518

微信1131084518
撩汉liaohan.net
最好资源zuihaoziyuan.com





THANK



运营深度精选
Operational Depth Selection

泛玩社



MORE FUN
SOCIETY